

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE CAMPAÑA TÁCTICA EN CONJUNTO CON UN TOUR OPERADOR DE LOS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento de Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

PROMPERÚ requiere la contratación de un tour operador amplia representación en los Estados Unidos y Canadá, con el fin de que desarrolle una campaña táctica digital para los mercados Norteamericanos.

3. FINALIDAD PÚBLICA

El objeto público del servicio a contratar, relacionado a los objetivos institucionales, es promocionar el destino Perú y promover la comercialización de su oferta turística hacia el consumidor final de los segmentos Generación X y Seniors Activos, generando conocimiento (awareness) y fortaleciendo el posicionamiento del destino Perú en los mercados de Estados Unidos y Canadá y promoviendo la concreción de ventas (call to action).

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La contratación de este servicio corresponde a:

Centro de Costo: Departamento de Mercado Anglosajón bajo la competencia de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

ÁPEX: 1037.2024 - APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES B2C Y B2B - USA_DS Nro 076-2024-EF

5. ANTECEDENTES

La División de Promoción Turística es la encargada de la promoción del turismo receptivo e interno mediante la realización de actividades que promuevan el destino Perú, fortaleciendo la gestión comercial de las empresas y la inteligencia turística, que contribuyan al desarrollo sostenido y descentralizado del país, de acuerdo con las políticas, lineamientos, objetivos y metas sectoriales. Su gestión incide en el objetivo general institucional de contribuir eficazmente al crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por el turismo.

La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo es la unidad encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función de los objetivos y estrategias institucionales. Con la finalidad de contribuir al cumplimiento de las metas planteadas para el presente año, PROMPERÚ viene trabajando en estrategias para reactivar el turismo receptivo mediante la identificación de actividades que permitan alcanzar las metas y estrategias establecidas en el mercado para la adecuada promoción del destino en Estados Unidos y Canadá.

Entre las estrategias de promoción dentro del Plan Operativo Institucional para estos mercados, se contempla la participación en campañas tácticas en conjunto con empresas del sector turismo

cuyo campo de acción sea el mercado de Estados Unidos y Canadá.

Es por lo antes mencionado que surge la necesidad de contratar servicios relacionados con la participación en campañas tácticas en los mercados de Estados Unidos y Canadá, para incentivar a potenciales turistas a viajar a nuestro destino, con base en el aprovechamiento de una oportunidad comercial.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene por objetivo fortalecer el posicionamiento de nuestro destino e incentivar el viaje a Perú, a través de la promoción y comercialización de paquetes turísticos, que impulsen la recuperación del flujo turístico internacional desde los mercados de Estados Unidos y Canadá

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

La empresa a contratar deberá desarrollar una campaña digital táctica para incentivar los viajes al Perú, enfocándose en consumidores de alto nivel o asesores preferentes, con el propósito de dinamizar el flujo turístico internacional proveniente de los mercados de Estados Unidos y Canadá.

7.1. Actividades

Durante el período de ejecución, el proveedor llevará a cabo una campaña táctica dirigida al consumidor final y a los agentes preferentes.

- La campaña se extenderá durante 270 días calendario.
- El operador turístico debe incluir una campaña digital dirigida a un target de alto valor adquisitivo en los EE. UU. y Canadá.
- La campaña deberá generar interés y generar conciencia sobre Perú como destino de alto nivel.
- El operador turístico debe mostrar sus mejores itinerarios solo a Perú durante la campaña digital. Se promocionarán no menos de 4 itinerarios de alto nivel y las rutas serán exclusivamente en Perú y no se compartirán con otros países.

Las actividades serán las siguientes:

a) Itinerarios destacados en el sitio web

- Perú debe promocionarse a través de itinerarios destacados en las páginas principales del sitio web del operador turístico.
- Deberá haber un itinerario dedicado a Perú en la página de inicio por un período de 2 meses.
- Deberá haber un itinerario dedicado a Perú en una sección regional de América Latina por un período de 3 meses.
- El proveedor debe incluir en su propuesta, el tráfico que recibe su sitio web, que no será inferior a 500 000 visitas mensuales, y mostrarlo mediante capturas de pantalla de su Google Analytics.

b) Boletines informativos

El operador turístico debe incluir el envío de 4 boletines informativos de promoción de Perú a sus bases de datos durante el período de la campaña, considerando lo siguiente:

- 02 boletines informativos estarán dedicados a Perú y mostrarán itinerarios, actividades y experiencias en Perú.
 - 01 boletín informativo dedicado debe ir a la base de datos de consumidores finales del operador turístico.
 - 01 boletín informativo dedicado debe ir a la base de datos agentes de viaje del operador turístico.
- 02 boletines informativos multidestino mostrarán Perú en la primera ubicación del itinerario con un banner con foto del destino.
 - 01 boletín informativo multidestino debe ir a la base de datos de consumidores finales del operador turístico.
 - 01 newsletter multidestino debe ir a la base de datos de agentes de viaje del tour operador
- La base de datos del consumidor final no debe tener menos de 150.000 contactos y la base de datos de agentes de viajes no debe tener menos de 50.000 contactos del mercado que buscamos alcanzar.
- El proveedor debe incluir en su propuesta el número de su base de datos (emails) a los que se envía el boletín, así como las siguientes métricas: Tasa de apertura, tasa de clics (CTR), Tasa de rebote y Tasa de entrega.

c) Campaña de Performance Marketing

- Para conseguir conversiones, el tour operador lanzará una campaña de rendimiento durante los últimos tres meses del contrato. El alcance esperado debe ser cercano a 1 millón de impresiones.
- La campaña debe estar organizada por fases que incluya publicidad gráfica, remarketing en redes sociales y generación de leads.
- El geotargeting debe incluir 50% de usuarios de Canadá y 50% de usuarios de Estados Unidos.

Nota: Todos los diseños y contenidos serán aprobados por PROMPERÚ.

De acuerdo a la campaña táctica ejecutada, el proveedor deberá apuntar a lograr:

- Al menos 1 millón de alcance.
- Reservas mínimas de 250 pasajeros.
- Proyección mínima de ventas de USD \$5 000 000
- Estos resultados deberán reflejarse en el Producto 2 (resultados de reservas y resultados de conversión).

d) Publicación dedicada orgánica en el feed de sus redes sociales

- Como valor agregado, el Operador Turístico utilizará sus redes sociales para promover itinerarios a Perú entre sus seguidores en las redes sociales.
- Utilizarán Facebook e Instagram como plataformas principales para promover los tours.

- La audiencia no deberá ser menor a 14,000 seguidores en cada plataforma.
- Se presentarán un total de 4 publicaciones dedicadas en el feed durante el período de la campaña.
 - 2 publicaciones en el feed se publicarán en Facebook
 - 2 publicaciones en el feed se publicarán en Instagram
- El total de publicaciones debe apuntar a alcanzar a unos 4000 usuarios en promedio.
- El proveedor debe incluir en su propuesta sus KPI de redes sociales (seguidores, alcance promedio, interacción, tasa de participación).

7.2. Requisitos del proveedor

Operador Turístico con experiencia en el desarrollo y ejecución de campañas de promoción turística en los mercados de Estados Unidos y Canadá, que haya realizado al menos tres (03) servicios similares en los últimos cinco (05) años.

Acreditación:

Se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: copias de (i) contratos; o (ii) órdenes de servicio; o (iii) certificados; o (iv) facturas; o cualquier otra documentación que demuestre fehacientemente la experiencia requerida.

7.3. Lugar y plazo de prestación del servicio

Lugar:

Estados Unidos o Canadá

Plazo:

El plazo de prestación del servicio será hasta por 270 días calendario contados a partir de la confirmación del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo de PROMPERÚ, previa notificación de la Orden de Servicio.

7.4. Productos

Los productos serán entregados en formato digital (archivo PDF) a través de la Ventanilla Virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigido al Departamento de Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo (STR).

De existir observaciones, PROMPERÚ las comunicará al proveedor, cuantas veces sea necesario, mediante correo electrónico, otorgándole un plazo no mayor de cinco (05) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones, para subsanarlas.

PRODUCTO	INFORMACIÓN A ENTREGAR	PLAZO DE ENTREGA DEL PRODUCTO	% PAGO
1	Fase 1 - Resultados a la fecha <ul style="list-style-type: none">• Tráfico generado en el sitio web, incluyendo números generales a los	Hasta 60 días calendario contados a partir de la confirmación vía correo electrónico del Mercado	50%

	<p>itinerarios de Perú: visitas, usuarios, páginas vistas, tiempo en el sitio, fuentes de tráfico, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> Resultados de newsletters que incluyen: número de contactos, emails válidos, tasa de rebote, tasa de apertura y tasa de clics (si aplica). Resultados de publicaciones orgánicas en redes sociales que incluyen: alcance, impresiones, engagement, clics (si aplica). Resultados de la campaña de marketing realizada que incluyen: impresiones, clics, CPM, CTR y desglose de leads desagregados por canales expresados en un gráfico (si aplica). Capturas de pantalla de los recursos desarrollados para este propósito de campaña y sus herramientas de medición (p. ej. google analytics o plataforma de correo electrónico) para respaldar la veracidad de los resultados (si aplica) 	<p>Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo (STR) de PROMPERÚ, previa notificación de la orden de servicio.</p>	
2	<p>Fase 2 – Reporte final (incluyendo fase 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Tráfico generado en el sitio web, incluyendo números generales de itinerarios en Perú: visitas, usuarios, páginas vistas, tiempo en el sitio, fuentes de tráfico, entre otros. Resultados de boletines informativos que incluyen: número de contactos, correos válidos, tasa de 	<p>Hasta 270 días calendario contados a partir de la confirmación vía correo electrónico del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo (STR) de PROMPERÚ, previa notificación de la orden de servicio.</p>	50%

	<p>rebote, tasa de apertura y tasa de clics.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resultados de publicaciones orgánicas en redes sociales que incluyen: alcance, impresiones, engagement, clics. • Resultados de campañas de marketing realizadas que incluyen: impresiones, clics, CPM, CTR y desglose de leads desagregados por canales expresados en un gráfico. • Información adicional como número de reservas y ventas generadas por la campaña y desglosadas por mercados (EE. UU. y Canadá) • Capturas de pantalla de los activos desarrollados para este propósito de la campaña y sus herramientas de medición (p. ej. Google Analytics o plataforma de correo electrónico) para respaldar la veracidad de los resultados 		
--	---	--	--

7.5. Otras Obligaciones del Contratista

El contratista es el responsable directo y absoluto de las actividades que realizará, sea directamente o a través de su personal, debiendo responder por el servicio brindado.

7.6. Forma de pago

El pago se realizará en dólares americanos en dos (02) partes iguales (50% cada una) mediante transferencia bancaria a la cuenta del proveedor, luego de la entrega de cada producto, para lo cual el proveedor deberá haber entregado los productos según lo detallado en el punto 7.4. y deberá contar con la conformidad del servicio del Departamento de Mercado Anglosajón y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo con previa conformidad de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País. La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendario posteriores a la recepción de cada producto.

Nota: Los servicios digitales se consideran como servicios realizados en el territorio nacional del Perú y por lo tanto aplican un impuesto a la renta del 30%.

Asimismo, el proveedor enviará la factura por correo electrónico a comprobantepago@promperu.gob.pe, indicando el número de la Orden de Servicio e incluyendo la siguiente información:

- Dirigida a: PROMPERÚ
- RUR: 20307167442
- Dirección: Calle Uno Oeste N°50, Edificio MINCETUR, Piso 14, Urb. Corpac, San Isidro, Lima
- # Orden de Servicio

Se debe adjuntar:

- A. El correo electrónico de notificación de la orden de servicio
- B. La orden de servicio

Si tiene una factura de pago electrónico, debe enviar el documento.

7.7. CONFORMIDAD

La conformidad del servicio será otorgada por la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo y Departamento de Mercado Anglosajón, previa aprobación de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, en un plazo que no excederá de 7 días posteriores a la recepción de cada producto.

8. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Información confidencial (en adelante LA INFORMACIÓN) es toda información de tipo turístico, económico, laboral, financiero, técnico, comercial, estratégico, accesos y permisos a sistemas de información, entre otra, de propiedad de PROMPERÚ, y cuya divulgación o uso no autorizado podría ocasionar riesgos o pérdidas a la organización.

El proveedor deberá mantener estricta reserva y absoluta confidencialidad sobre LA INFORMACIÓN de PROMPERÚ a la cual tendrá acceso en el marco de ejecución del servicio contratado, debiendo abstenerse de divulgarla a terceros, de forma total o parcial, ya sea de forma directa o indirecta, bajo ningún medio o procedimiento (oral, escrito, electrónico, imágenes y video), salvo autorización anticipada, expresa y por escrito de PROMPERÚ. Esta obligación seguirá vigente incluso luego de la culminación del vínculo contractual.

Toda información y materiales de propiedad de PROMPERÚ, a los que tenga acceso el proveedor, así como su personal, es estrictamente confidencial. Al suscribir el Contrato el proveedor y su personal, se comprometen de manera tácita, a mantener las reservas del caso y están impedidos de transmitir dicha información, a ninguna persona (natural o jurídica) o cualquier medio de comunicación sin la autorización expresa y por escrito de PROMPERÚ. Asimismo, deberá devolver todos los documentos que le hayan sido entregados, al término del presente contrato. Esto incluye tanto material impreso como grabado en medios magnéticos u ópticos.

9. PENALIDADES

En caso el contratista no cumpla con la ejecución de las prestaciones objeto del contrato dentro

del plazo establecido, la Entidad aplicará una penalidad por mora por cada día de atraso. La penalidad se aplicará automáticamente y se calculará de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{Penalidad diaria} = \frac{0.10 \times \text{monto}}{F \times \text{plazo en días}}$$

Donde F tiene los siguientes valores:

- Para los plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general y consultorías: $F=0.40$.
- Para plazos mayores a sesenta (60), para bienes, servicios en general y consultorías: $F=0.25$.

El monto máximo de la penalidad aplicable no puede exceder el monto máximo del diez por ciento (10%) del monto total contratado. La Entidad tiene el derecho a exigir, además de la penalidad, el cumplimiento de la obligación.

10. MODIFICACIONES DE CONTRATO

Cualquier modificación pactada del contrato no implicará incrementos en el monto del contrato y deberá guardar vinculación con el objeto y la finalidad del contrato.

11. SUSPENSIÓN DEL CONTRATO

Cuando se produzcan eventos no atribuibles a las partes que originen la paralización de la ejecución del contrato, estas pueden acordar por escrito, la suspensión del plazo de ejecución contractual, hasta la culminación de dicho evento, sin que ello suponga el reconocimiento de mayores gastos generales y costos directos, salvo aquellos que resulten necesarios para viabilizar la suspensión.

La suspensión tendrá la formalidad establecida en el contrato original.

Una vez concluido el evento que motivó la suspensión, la Entidad deberá notificar al contratista para que éste pueda reiniciar la ejecución del contrato, debiendo el área usuaria evaluar tomar las medidas para modificar en lo pertinente el contrato respectivo.

12. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

El área usuaria puede solicitar por escrito a la Oficina de Administración a través de un informe técnico, la resolución del contrato por las siguientes causales:

- a) Incumplimiento injustificado de obligaciones contractuales, legales reglamentarias a su cargo, pese a haber sido notificado para ello;
- b) Acumulación del monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, en la ejecución de la prestación a su cargo; o
- c) Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación;
- d) Por acuerdo entre las partes
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor, que imposibilite a la entidad de manera definitiva continuar con el contrato.

13. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIONES CON PROVEEDORES NO DOMICILIADOS

Las controversias que surjan entre las partes sobre la ejecución, interpretación, resolución, ineficacia, modificaciones al contrato, conformidad por la prestación del bien o servicio, penalidades, aspectos vinculados al pago, intereses por mora en el pago, u otros supuestos que surjan de la ejecución del Contrato, la OC u OS, se resolverán mediante acuerdo entre las partes o conciliación.

Toda controversia que no pueda ser resuelta por acuerdo entre las partes o conciliación, se resolverá mediante arbitraje de derecho, según el reglamento y las normas del Estado Peruano, salvo excepción. Dicho arbitraje será realizado en la ciudad de Lima (Perú) y en idioma español por un Tribunal Arbitral conformado por tres árbitros, nombrando cada una de las partes a un árbitro y éstos a su vez designarán al tercer árbitro, quien ejercerá la presidencia del Tribunal Arbitral. Las partes acatarán el laudo arbitral emitido como fallo definitivo de cualquier desacuerdo o controversia.

14. ANTICORRUPCIÓN

EL CONTRATISTA declara y garantiza no haber, directa o indirectamente, o tratándose de una persona jurídica a través de sus socios, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores o personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, ofrecido, negociado o efectuado, cualquier pago o, en general, cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato.

Asimismo, EL CONTRATISTA se obliga a conducirse en todo momento, durante la ejecución del contrato, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente o a través de sus socios, accionistas, participacionistas, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Además, EL CONTRATISTA se compromete a i) comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviera conocimiento; y ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

Finalmente, EL CONTRATISTA se compromete a no colocar a los funcionarios públicos con los que deba interactuar en situaciones que sean incompatibles con la ética. En este sentido, EL CONTRATISTA reconoce y acepta la prohibición de ofrecerles cualquier tipo de regalo, donación, beneficio y/o gratificación, ya sean bienes o servicios, cualquiera sea el fin para el cual se realice.

15. OTRAS DISPOSICIONES

El proveedor se sujetará a las disposiciones contenidas en la Directiva que regula las Contrataciones con proveedores no domiciliados en el País en PROMPERU, y de manera supletoria a la Ley de Contrataciones del Estado, su Reglamento y demás normas complementarias.

16. DE LOS DERECHOS DE AUTOR

Todos los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven sobre los productos y/o piezas publicitarias resultantes de este contrato, serán propiedad exclusiva de PROMPERÚ quién dispondrá de su libre difusión.

Asimismo, TODOS los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven sobre las grabaciones o ediciones de imágenes en movimiento, con o sin sonido y las fotografías que se realicen en el proceso de producción de las grabaciones audiovisuales, ediciones o avisos impresos y cualquier otra pieza publicitaria, que no se hayan utilizado en el producto final pertenecerán a la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (PROMPERÚ).

PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra, exclusiva y perpetua sobre los derechos de autor de los spots, videos (incluidas imágenes y sonido) y todas las piezas publicitarias sin restricción en el ámbito y medio de todos los países mencionados en el brief. En este sentido, PROMPERÚ tendrá, entre otras prerrogativas reconocidas en la Ley sobre el Derecho de Autor aprobada por el Decreto Legislativo Nº 822, el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir sobre los spots y todas las piezas publicitarias:

- La reproducción por cualquier forma o procedimiento.
- La comunicación al público por cualquier medio.
- La distribución al público.
- La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación.
- La importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- Cualquier otra forma de utilización que no está contemplada en la Ley antes referida como excepción al derecho patrimonial, siendo la lista que antecede meramente enunciativa y no taxativa.

Solamente en el caso de que se considere el uso de modelos o celebridades se considerará la renovación de derechos anualmente.

El contratista, en su calidad de responsable de la creación por encargo de PROMPERÚ de las piezas publicitarias, diseños o ediciones objeto del presente servicio, declara y garantiza que cuenta con todas las autorizaciones para el uso de la imagen de las personas (incluidas las celebridades peruanas y extranjeras de ser el caso, que puedan participar en la campaña) y todas las autorizaciones de las personas naturales y/o jurídicas que escribirán los textos de los avisos, banners, aplicaciones para dispositivos móviles, los guiones de los spots y videos, la música, las traducciones, así como de las personas que desarrollarán y ejecutarán el diseño gráfico y en general todas las labores necesarias o convenientes para la realización de todas las piezas publicitarias resultantes de este contrato. El contratista declara asimismo que cuenta con la autorización expresa, previa y escrita, de todas esas personas naturales y/o jurídicas para poder transferir a PROMPERÚ los derechos de autor y derechos conexos derivados de la inclusión de las mencionadas creaciones a que se refiere el presente servicio. El contratista deberá entregar a PROMPERÚ las cartas que acrediten la cesión de derechos de uso tanto de la música, video, personajes (actores y/o modelos) de todas las piezas de la campaña, incluidas las fotografías, al término de la producción.



EL PROVEEDOR se obliga a mantener indemne a PROMPERÚ contra cualquier reclamo de terceros relacionado a la prestación de servicios regulado por el presente, o de algún modo vinculado a su elaboración. De manera enunciativa más no limitativa, EL PROVEEDOR deberá mantener indemne a PROMPERU contra cualquier reclamo relacionado con los servicios regulados por el presente, en caso hayan sido elaborados sin contar con la autorización de los autores de obras preexistentes; en contravención a norma legales o en caso la misma viole o infringe algún derecho protegido por el Derecho de Autor, derechos de marcas o cualquier otro derecho intelectual, así como los derechos a la persona, al honor, a la imagen o cualquier otro derecho fundamental de la persona; o en caso viole o afecte los derechos de terceros, y cualquier reclamo por cualquier otro supuesto.

Asimismo, teniendo en cuenta la obligación de EL PROVEEDOR de mantener indemne a PROMPERÚ ante cualquier reclamo de terceros relacionado con los servicios regulados por el presente, este último deberá informar a EL PROVEEDOR de cualquier reclamo que existiese para que pueda iniciar la defensa correspondiente, extendiéndose esta obligación hasta cinco (5) años posteriores a la culminación del presente.